

**Regulamin Konkursu Kulturalne Case Studies MwK 2019**

1. **Postanowienia ogólne**
2. Konkurs Case Studies to konkurs wyłaniający najlepsze działania komunikacyjne, promocyjne lub marketingowe realizowane w Polsce i za granicą przez instytucje kultury, organizacje pozarządowe, grupy nieformalne lub agencje kreatywne, czy agencje PR ściśle współpracujące z instytucjami kultury lub promujące stricte wydarzenia i projekty kulturalne.
3. Konkurs Kulturalne Case Studies jest integralną częścią Konferencji Marketing w Kulturze organizowanej przez Instytut Kultury Miejskiej z siedzibą przy ul. Długi Targ 39/40, 80-830 Gdańsk. Osobami odpowiedzialnymi za przebieg i realizację konkursu są: Marta Bańka i Monika Serafin.
4. Konkurs Case Studies skierowany jest do zarejestrowanych uczestników i uczestniczek Konferencji Marketing w Kulturze. Komunikacja – trendy – praktyka, która odbywa się 7 i 8 marca w Gdańsku.
5. Konkurs podzielony jest na II etapy: etap I – przyjęcie, rozpatrzenie i wyłonienie zgłoszeń zakwalifikowanych do etapu II, etap II – prezentacja projektów podczas wieczoru integracyjnego Konferencji Marketing w Kulturze 7 marca i wyłonienie zwycięskiego projektu.
6. **Zgłoszenia do konkursu**
7. Instytucja, organizacja pozarządowa, grupa nieformalna lub agencja czy firma może zgłosić do konkursu do 2 projektów (case’ów), które realizowała samodzielnie lub w swoim zespole w roku 2018 z zakresu:
	1. działań w mediach społecznościowych,
	2. kampanii outdoorowych, wielkoformatowych, nietypowych
	3. działań mediareltions,
	4. nieszablonowych wydarzeń promocyjnych,
8. Zgłoszenia do konkursu przyjmowane będą od dnia 4 lutego 2019 roku do dnia 20 lutego 2019 roku do godz. 23.59. Zgłoszenia należy przesyłać na adres mailowy: marketingwkulturze@ikm.gda.pl.
9. Zgłoszenie do konkursu może dotyczyć kampanii wizerunkowej, sprzedażowej, CSR lub innej.
10. Kompletne zgłoszenie do konkursu powinno zawierać: tytuł projektu, krótki opis (do 500 słów), link do wideo/zdjęć/strony www/prezentacji. Załączniki wysyłane mailowo nie powinny być większe niż 5 MB. Większe pliki należy przesyłać za pomocą transferów online.
11. Uczestnik konkursu zobowiązany jest dołączyć do zgłoszenia oświadczenie potwierdzające udzielenie Organizatorowi nieodpłatnej i niewyłącznej licencji na korzystanie z praw autorskich i pokrewnych do zgłoszenia i jego załączników oraz korzystania z egzemplarza dokonanego zgłoszenia w zakresie związanym z postępowaniem konkursowym. Oświadczenie powinno zawierać potwierdzenie, iż nadesłane zgłoszenie i jego załączniki nie naruszają praw autorskich, pokrewnych, ani osobistych osób trzecich, a także zgody na przetwarzanie jego danych osobowych zakresie niezbędnym dla potrzeb przeprowadzenia konkursu, zgodnie z przepisami rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych. Formularz oświadczenia stanowi załącznik do niniejszego Regulaminu.
12. Każde ze zgłoszeń podlega ocenie komisji złożonej z trzech przedstawicieli Instytutu Kultury Miejskiej, będącej organizatorem Konferencji Marketing w Kulturze oraz dwóch przedstawicieli prelegentów i prelegentek konferencji. Zgłoszenia będą oceniane pod względem: kreatywności, innowacyjności, identyfikacji wizualnej, doboru form komunikacji do grupy docelowej, efektów tj. publikacji medialnych lub wzmianek i komentarzy w mediach społecznościowych.
13. Komisja wybierze do 6 projektów (case’ów), które zakwalifikują się do prezentacji podczas wieczoru integracyjnego Konferencji Marketing w Kulturze. Decyzja komisji jest ostateczna.
14. Wieczór integracyjny odbędzie się 7 marca 2019 r. o godz. 20.30 w Sztuce Wyboru w Gdańsku przy ul. Słowackiego 19. Prezentacje wyłonionych przez komisję konkursowych case’ów odbędą się w godz. 20.45 – 21.45.
15. Osoby, które zgłoszą projekty (case’y) do konkursu, zostaną najpóźniej do 25 lutego 2019 r. poinformowane o zakwalifikowaniu się do prezentacji podczas wieczoru integracyjnego Konferencji Marketing w Kulturze.
16. Warunkiem udziału wybranego projektu (case study) w konkursie jest rejestracja osoby reprezentującej/ osób reprezentujących instytucję kultury, organizację pozarządową, grupę nieformalną, agencję czy firmę na konferencję Marketing w Kulturze organizowanej przez Instytut Kultury Miejskiej w Gdańsku i uiszczenie opłaty konferencyjnej w wysokości 150 zł brutto. Rejestracja odbywa się za pomocą serwisu Conrego: <https://marketingwkulturze2019.conrego.com/>.
17. Opłata konferencyjna nie podlega zwrotowi. Brak wpłaty do dnia 1 marca 2019 roku jest równoznaczny z rezygnacją z udziału w konkursie. Komisja może wtedy zaprosić do udziału kolejnych zgłaszających z najwyżej ocenionym przez komisję projektem (case study).
18. **Rozstrzygnięcie konkursu**
19. Projekt (case study) zakwalifikowany do II etapu jest prezentowany przez jedną lub dwie osoby w czasie nieprzekraczającym 10 min. Występujący (osoba prywatna lub jeden przedstawiciel firmy) mogą w tym celu wykorzystać prezentację multimedialną, film czy prezentować druki, gadżety.
20. Do każdej prezentacji projektu każdy członek jury może zadać po jednym pytaniu. Czas na każdą odpowiedź to 60 sekund.
21. Zwycięzca konkursu zostanie wyłoniony przez jury powołane przez organizatora konkursu na podstawie liczby otrzymanych od jury punktów po prezentacji projektów podczas wieczoru integracyjnego Konferencji Marketing w Kulturze. Jury składa się z pięciu osób: trzech przedstawicieli organizatora konkursu oraz dwóch przedstawicieli prelegentów i prelegentek konferencji. Decyzja jury jest ostateczna.
22. Jury przy wyborze zwycięzcy Konkursu ocenia: sposób prezentacji projektu (case study), twórcze podejście do tematu, efekty projektu.
23. Każdy członek jury przydziela indywidualną ocenę w skali 1-7 wszystkim projektom (case study) prezentowanym przez uczestników podczas konkursu Festiwal Case Studies Konferencji Marketing w Kulturze.
24. Ogłoszenie wyników odbędzie się podczas wieczoru integracyjnego Konferencji Marketing w Kulturze, najpóźniej do godz. 22.00.
25. Dla osoby, która otrzyma największą ilość punktów od jury przewidziana jest nagroda. Nagrodą w Konkursie jest nagroda pieniężna w wysokości 1000,00 zł (słownie: jeden tysiąc złotych) oraz statuetka KMWK 2019. Nagrody w Konkursie nie można zamienić na inną nagrodę. Zwycięzca Konkursu nie może przenieść prawa do otrzymania nagrody na osoby trzecie.
26. Zwycięzca konkursu zobowiązany jest odebrać nagrodę osobiście w kasie Organizatora lub podczas uroczystego ogłoszenia wyników i wręczenia nagród.
27. **Dane osobowe**
28. Administratorem Danych Osobowych uczestnika konkursu jest: Instytut Kultury Miejskiej (dalej: IKM) – samorządowa jednostka kultury z siedzibą w Gdańsku, ul. Długi Targ 39/40, 80-830 Gdańsk, wpisana do Rejestru Instytucji Kultury prowadzonego przez Gminę Miasta Gdańska pod numerem 12/11.
29. W sprawach związanych z przetwarzaniem danych osobowych uczestnika konkursu (jako osoby, której dane osobowe są przetwarzane) należy kontaktować się z Administratorem Danych Osobowych za pomocą adresu e-mail: iodo@ikm.gda.pl. drogą listu zwykłego na adres siedziby IKM.
30. Dane osobowe uczestnika będą przetwarzane w celu organizacji i przeprowadzenia konkursu Kulturalne Case Studies MwK 2019, wypełnienia obowiązków prawnych ciążących na Administratorze Danych Osobowych oraz do celów wynikających z prawnie uzasadnionych interesów realizowanych przez Administratora Danych Osobowych, w tym w celach marketingowych na podstawie art. 6 ust 1 pkt a), pkt c) pkt f) Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych.
31. Dane osobowe uczestnika będą przechowywane przez okres realizacji konkursu, a następnie do czasu wypełnienia obowiązków prawnych ciążących na Administratorze Danych Osobowych.
32. Podane przez uczestnika dane osobowe nie będą udostępniane innym odbiorcom za wyjątkiem podmiotów uprawionych do rozliczania i kontroli działalności Administratora Danych Osobowych z zachowaniem obowiązujących przepisów prawa, podmiotom dofinansowującym Konferencję Marketing w Kulturze organizowaną przez Administratora Danych Osobowych, firm/firmy dostarczającej usługi poczty elektronicznej na rzecz Administratora Danych Osobowych, operatorów telekomunikacyjnych świadczących usługi teleinformatyczne na rzecz Administratora Danych Osobowych oraz podmiotów świadczących obsługę prawną Administratora Danych Osobowych, ponadto nie będą przekazywane do państwa trzeciego (poza teren Europejskiego Obszaru Gospodarczego).
33. Uczestnikowi przysługuje prawo dostępu do swoich danych osobowych, ich sprostowania, usunięcia z zastrzeżeniem przepisów Rozporządzenia, w tym art. 17 Rozporządzenia lub ograniczenia przetwarzania, a także prawo do przenoszenia danych.
34. Uczestnikowi przysługuje również prawo do wniesienia sprzeciwu wobec dalszego przetwarzania, a w przypadku wyrażenia zgody na przetwarzanie danych do jej wycofania. Skorzystanie z prawa cofnięcia zgody nie ma wpływu na przetwarzanie, które miało miejsce do momentu wycofania zgody.
35. Uczestnikowi przysługuje prawo wniesienia skargi do organu nadzoru (Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych), w wypadku jeżeli uzna, iż przetwarzanie danych osobowych jego dotyczących narusza przepisy RODO.
36. Podanie przez uczestnika konkursu danych osobowych jest dobrowolne, jednak jeżeli uczestnik nie wyrazi zgody na przetwarzanie swoich danych osobowych, niemożliwe będzie przyjęcie jego zgłoszenia do konkursu.
37. Dane osobowe uczestnika konkursu nie będą przetwarzane w sposób zautomatyzowany, w tym również w formie profilowania.
38. Wycofanie zgody na przetwarzanie danych osobowych należy złożyć drogą poczty elektronicznej na adres mailowy: iodo@ikm.gda.pl. lub drogą poczty tradycyjnej, w formie pisemnej na adres siedziby Administratora Danych Osobowych.
39. **Postanowienia dodatkowe**
40. Wysyłając zgłoszenie do Konkursu uczestnicy wyrażają zgodę na przeprowadzenie Konkursu zgodnie z niniejszym Regulaminem. Ponadto uczestnicy Konkursu wyrażają zgodę na opublikowanie swojego imienia, nazwiska lub pseudonimu oraz informacji o otrzymanej nagrodzie na stronach internetowych Organizatora i w publikacjach Organizatora na potrzeby związane z podaniem wyników Konkursu.
41. W przypadku zastrzeżeń Uczestników co do zgodności przebiegu Konkursu z niniejszym Regulaminem lub obowiązującym prawem, uczestnicy mogą zgłosić swoje zastrzeżenia do Organizatora w formie pisemnej w terminie 7 dni od dnia ogłoszenia wyników Konkursu. Zastrzeżenia muszą być przesłane listem poleconym na adres Organizatora z dopiskiem „Konkurs Kulturalne Case Studies MwK 2019 – Reklamacja’’. Zastrzeżenia nadane listem poleconym po upływie powyższego terminu, nie będą rozpatrywane.
42. Prawidłowo zgłoszone zastrzeżenia zostaną rozpatrzone przez Organizatora w terminie 30 dni od ich otrzymania przez Organizatora. Organizator rozpatrzy zgłoszone zastrzeżenia i poinformuje pisemnie zgłaszającego o zajętym stanowisku. Decyzja Organizatora jest ostateczna i nie przysługuje od niej odwołanie.
43. Wszelkie koszty związane z udziałem Uczestnika w Konkursie uczestnicy pokrywają we własnym zakresie.
44. W przypadku zbyt małej liczby zgłoszeń w ramach Konkursu Organizator zastrzega sobie prawo do odwołania konkursu.
45. Organizator zastrzega sobie prawo do możliwości wprowadzenia zmian w regulaminie.

.